



## RINGKASAN

RAHMIA ZAENATUL ULFA. Analisis Hubungan Karakteristik Responden dengan Kesukaan terhadap Karakteristik Produk *GICONUT* Melalui Uji Hedonik. *Analysis of the Relationships between Respondent's Characteristics and the level of Preference for GICONUT Product Characteristics through Hedonic Test*. Dibimbing oleh ANNISA RIZKIRIANI.

Pandemi *COVID-19* menyebabkan perubahan dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun tidak ada makanan atau suplemen makanan yang dapat mencegah infeksi *COVID-19*, mempertahankan pola makan gizi seimbang sangat penting untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Produk *Ginger Cookies with Coconut (GICONUT)* merupakan produk *cookies* sehat dan bergizi yang dapat membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh manusia karena terdapat bahan seperti jahe dan kelapa. Jahe mengandung senyawa *gingerol* yang bersifat antiinflamasi dan antioksidan serta kelapa mengandung selenium yang mampu memerangi beberapa penyakit.

Tujuan penelitian kali ini adalah menganalisis hubungan antara karakteristik responden dengan kesukaan terhadap karakteristik produk *GICONUT* melalui uji hedonik. Jenis data yang diambil adalah data primer berupa karakteristik responden dan tingkat kesukaan responden terhadap produk *GICONUT* dengan skala hedonik. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi menggunakan *software* MINITAB14. Produk *GICONUT* memiliki rasa yang manis dan pedas hangat pada jahe, berbentuk bulat pipih dengan diameter 3-4 cm berwarna coklat. Satu porsi produk *GICONUT* memiliki kandungan energi sebesar 220 Kal, protein sebesar 1,55 g, lemak sebesar 8,95 g dan karbohidrat sebesar 13,05 g. Karakteristik responden berdasarkan kelompok usia lebih tinggi kelompok remaja (13-25 tahun) sebanyak 70% dan jenis kelamin lebih tinggi perempuan sebanyak 60%.

Analisis hubungan antara jenis kelamin dengan karakteristik produk *GICONUT* juga dinyatakan bahwa nilai P-Value dari semua kategori adalah  $> 0,05$  dan nilai koefisien korelasi “r” juga berada pada nilai sangat rendah dan rendah. Dilihat dari tingkat kesukaan kelompok usia dan jenis kelamin terhadap penampilan, warna, tekstur, rasa dan aroma produk *GICONUT* menunjukkan bahwa semua karakteristik responden seperti kelompok usia dan jenis kelamin menyukai karakteristik produk *GICONUT*. Artinya, pada penelitian kali ini kelompok usia dan jenis kelamin tidak dijadikan dasar segmentasi produk *GICONUT*. Kelompok usia manapun dan jenis kelamin apapun masih menyukai karakteristik produk *GICONUT* dan tidak ada perbedaan dalam memilih tingkat kesukaan produk, maka dari itu segmentasi produk *GICONUT* untuk kelompok usia dan jenis kelamin tidak perlu ada yang disesuaikan atau dikhususkan.

Kata kunci: *GICONUT*, jahe, kelapa, uji hedonik, uji *pearson correlation*